

LIGHT
ON
YOUR
WAY

 H2U | 永悅健康

股票
代號 **7835**

創新板上市前業績發表會

免責聲明

01 預測性資訊來源

本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財務狀況及業務預測等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。

02 實際營運與預測之差異

本公司未來實際產生的營運結果、財務狀況與業務成果，可能與預測性資訊有所差異，其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、各種政策法令與整體經濟現況之改變，以及其他無法掌控之風險。

03 資訊時效性

本簡報中提供之資訊，反應本公司截至目前對未來的看法，並未明示或暗示保證其正確性、完整性或可靠性。對於簡報內容，未來若有任何變更或調整，本公司不負責更新或修正。

Contents

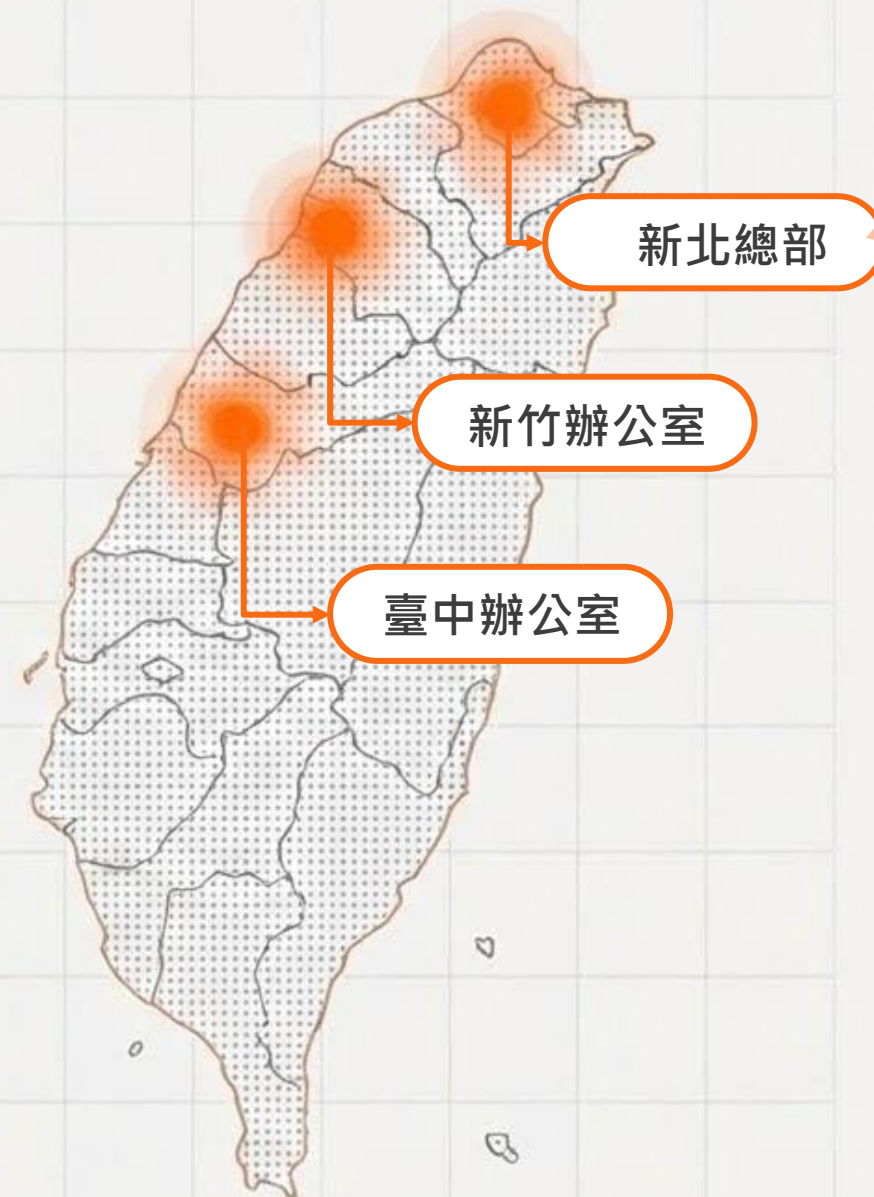
- 01 - 公司概况與沿革
- 02 - 經營理念與主要產品/服務
- 03 - 市場概況及產業地位
- 04 - 研發成果及未來研發計畫
- 05 - 未來發展計畫
- 06 - 公司治理及企業社會責任

公司概況與沿革



公司基本資料

- 成立日期：2013年12月18日
- 實收資本額：新台幣439,444千元
- 主要營運地：台灣
- 董事長：陳俊嘉
- 總經理：陳俊嘉
- 員工人數：215人(截至2025年12月底)
- 營業項目：主要為健康資訊系統應用服務及解決方案、健康媒體廣告行銷



公司沿革 | 正式成立於2013，10年邁向 台灣最大數位健康科技平台

會員總數佔全台灣青壯人口30%，每3位就有1位是H2U的會員



公司沿革 | 經營管理團隊

跨產業專業背景，推動數位健康平台化成長



陳俊嘉

創辦人暨執行長



杜君哲

營運長



莊秉憲

數位健康事業群總經理



邱惲翔

財務長



趙文華

智慧醫療處資深副總



吳慶彬

成長長



邱裕明

研發長

董事會成員(一般董事)

一般董事五席



陳俊嘉
H2U創辦人暨董事長



陳五福
H2U科技顧問/橡子園董事長



杜君哲
H2U 營運長



陳文琪
佳格食品集團永續長



陳昱婷
永齡資產管理公司董事總經理

董事會成員(獨立董事)

獨立董事四席



政大法學院特聘教授
前政大智慧財產研究所所長
馮震宇



元智大學副校長
台大管院教授
盧秋玲



台大醫院竹北生醫分院副院長
台大醫學院耳鼻喉科副教授
譚慶鼎



中研院人文社會科學中心研究員
人工智慧學會理事長
蔡宗翰



國立臺灣大學 管理學院
College of Management
National Taiwan University



中華民國人工智慧學會
Taiwanese Association for Artificial Intelligence



經營理念與主要產品/服務

Healthy life

Holistic insight

Universal service



VISION

以創新延長人類健康餘命

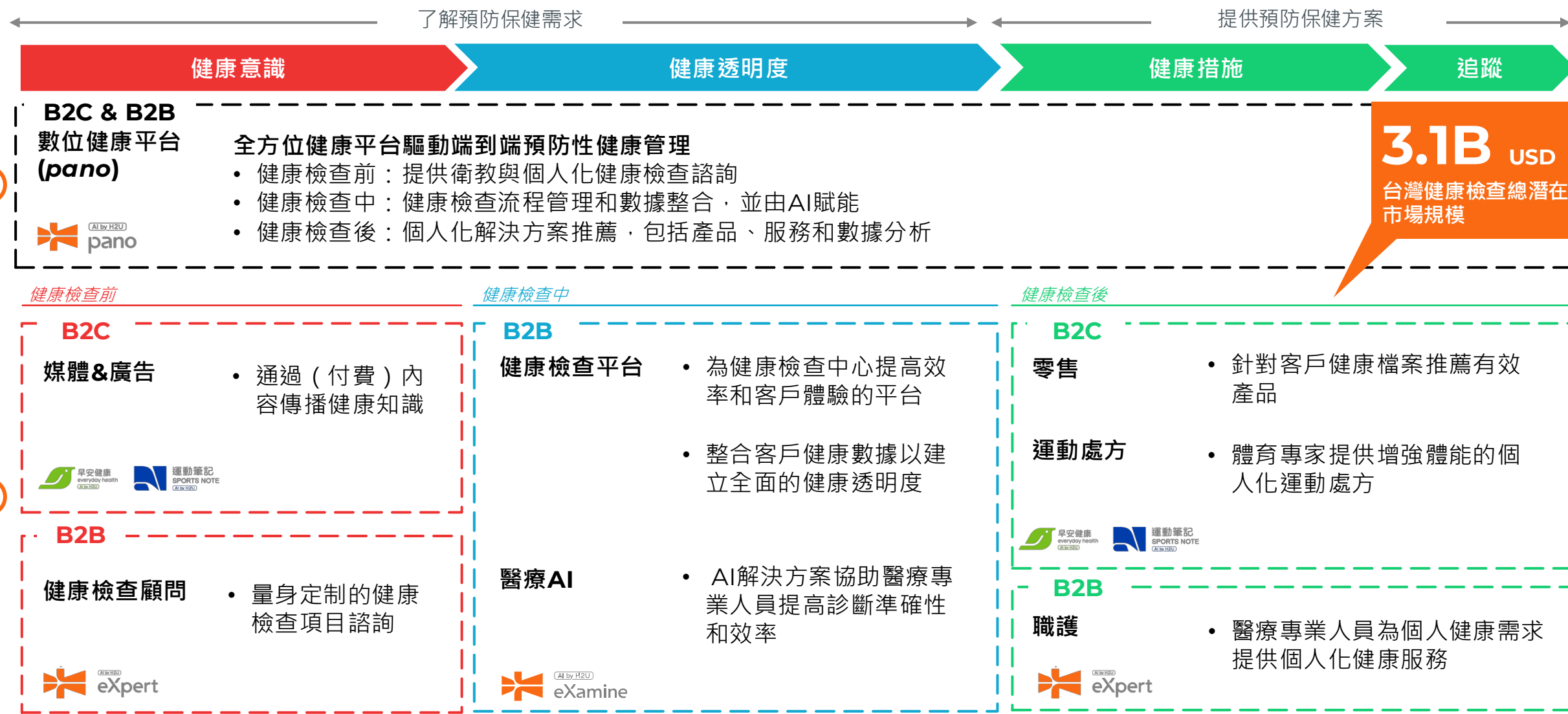
MISSION

透過科技將個人化健康解決方案規模化

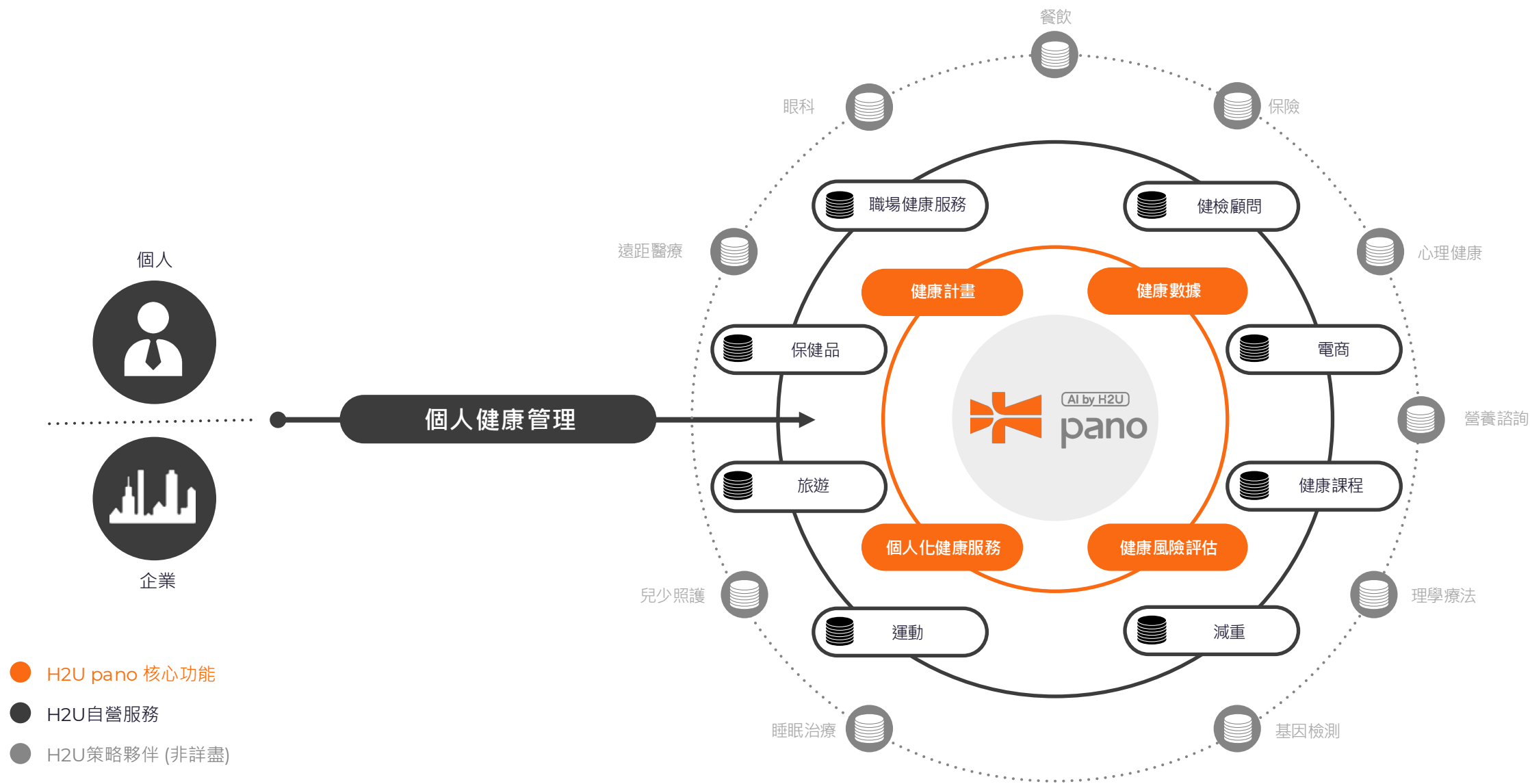
主要產品與服務 | H2U 透過AI賦能、數據洞察、內容創流，構築閉環數位健康生態圈



主要產品與服務 | H2U 致力於以全方位數位健康平台 **pano** 驅動端到端預防醫學健康管理



主要產品與服務 | H2U pano 數位健康平台串聯全方位健康解決方案



H2U pano 核心功能



連續性健康資料

AI 風險評估

適性化推薦個人衛教內容

經營實績 | 與LINE媒體策略聯盟，擴展用戶接觸與互動，並提升附加價值

2025.12 已上線 | 合作專案一

H2U獨家經營LINE TODAY 健康頻道

- 提升**早安健康**品牌價值
- **可有效提升每月流量百萬以上**
vs. 基於演算法改變的流量下滑壓力
- 接觸**新用戶客群**
- 系統性經營**LINE生態系用戶標籤**

2026.03 已上線 | 合作專案二

早安健康與Pano整合為 LINE 健康小程序

- 提供早安健康讀者**更多附加價值**
- 提升**用戶黏著度與互動性**
- 提升快速**提高pano用戶數**
- 降低**高齡用戶使用門檻**
- 早安健康**由媒體轉型為國人健康門戶**

 H2U X **LINE** 策略合作

TOTAL REVENUE

營收總額

受惠於核心業務規模化，營收呈現強勁兩位數成長

2025 財報

513,203千元

+20.82%

YOY GROWTH

YoY 比較



GROSS PROFIT

毛利額

在營收擴張且削減非核心業務的同時
維持穩定的毛利水準
展現集團優異的成本控管能力

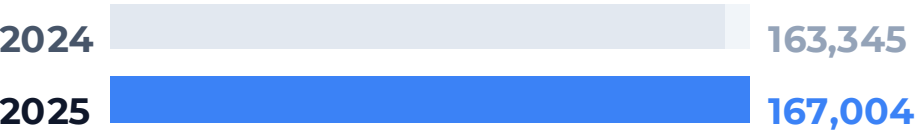
2025 財報

167,004千元

+2.2%

YOY GROWTH

YoY 比較



經營實績 | H2U 呈現穩健亮眼的營運體質

多維度營運指標全面攀升，展現數位健康生態圈的高度成長潛力

營收表現

+20.82%

年度營收增長 (2025 YoY)

pano 交易規模

+99%

交易總額成長 **+33.6M**

變現轉化能力

~10X

精準投放營收增長 (2025 YoY)

使用者基礎

+30%

集團會員數成長 **+730K**

數據資產儲備

+64%

健康數據量成長 **+575K**

客戶經營深度

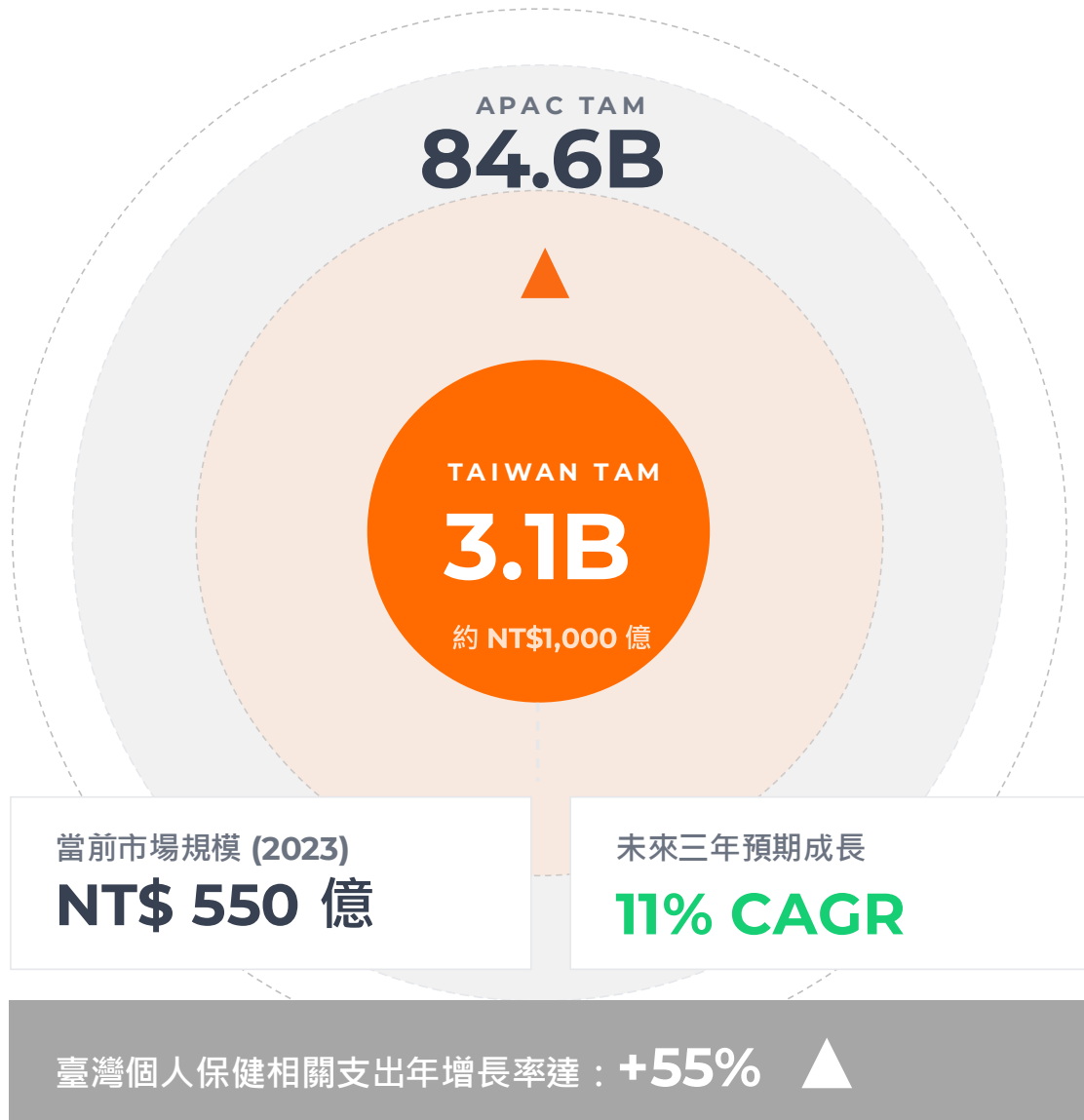
~98% 數位健康平台續約率

+200 企業客戶年度增長數

市場概況及產業地位

03

市場概況 | 亞太數位健康市場具有龐大潛力與成長動力



01 人口結構轉變與健康意識提升：超高齡社會的健康管理需求

台灣預計將邁入超高齡社會。高齡人口中高達 86% 罹患至少一項慢性病。民眾健康意識的顯著提升(個人保健食品年均支出增長超過55%)，長期照護、慢性病管理和預防醫學將成為剛性需求

STRATEGIC FOCUS: 86% 慢性病率

02 企業永續治理 (ESG)：職場健康的強制與重要性

「職場健康與安全」已連續三年成為企業高度關注的前兩大項目。企業投資於員工健康管理不僅是法規要求，更是提升生產力、降低缺勤率及保留人才的關鍵

STRATEGIC FOCUS: Top 2 關注項目

03 科技發展加速：穿戴裝置與 AI 的指數級增長

穿戴裝置市場 CAGR 高達 17.6%，提供連續且個人化的數據；AI 在健康照護市場的 CAGR 更達 48.1%，推動診斷效率和客製化健康方案發展

STRATEGIC FOCUS: AI CAGR 48.1%

04 政府長期政策支持：降低不確定性風險

政府透過「精準健康產業發展方案」與「健康深耕計畫」，投入五年五百億新台幣預算，明確支持數位健康發展。此類長期承諾有效降低了政策不確定性風險

STRATEGIC FOCUS: 5年500億預算

產業地位 | 以端到端整合能力實現差異化競爭

企業優勢

1 台灣最大的第一方健康數據資產

台灣非健保體系中最大規模的健康第一方數據庫：超過**100家**健檢中心與**500家**企業客戶，累積**數百萬筆**結構化健康資料

2 卓越的整合與策略併購成長能力

成功整合多家健康媒體、內容平台與技術服務商，並持續鎖定具備獨特資料資產、技術互補性或特定族群流量的潛在標的，通過策略合作或投資，迅速提升市場佔有率並釋放強大綜效

3 具備跨領域視野的專業經營團隊

核心團隊成員背景多元，橫跨醫療、科技、媒體與管理顧問等領域，能快速應變，確保公司策略的靈活性與持續創新性

4 健康數據服務市場

專注於協助健檢中心進行系統化建置、流程數位化及不同資料源的串接整合，結合臨場職護與職醫團隊，提供有別於傳統IT供應商的「健康數據即服務」(HaaS)解決方案

產品/服務優勢

1 職場健康管理平台

替代方案多數功能零散且僅滿足基礎法規要求，缺乏整合健檢模組與個人端的完整閉環。多數臨場健康服務商僅進行地區性、線下經營
永悅：有雲端平台和跨區數據整合能力，提供規模化的數據洞察

2 健檢中心系統

主要替代方案為大型醫院自建或使用老舊的套裝軟體，其成本極高、更新緩慢、效率低。擴張導入門檻高
永悅：eXamine平台以高效、雲端化、持續更新的模式，提供有別於傳統IT供應商的「健康數據即服務」(HaaS)解決方案

3 強大的健康媒體影響力與流量

市場存在眾多替代來源，如KOL、大型社群平台。然而，用戶注意力高度分散，競爭核心已轉向內容的專業性、信任度與用戶轉化力
永悅：在專業內容和社群信任度上具備壓倒性優勢。網站流量占健康媒體產業**20%**。穩定的高活躍度用戶流量與精準使用者標籤，使得內容行銷和跨平台導購效率極高

研發成果及未來研發計畫



關鍵技術 (一)：會員資料與活動紀錄之跨平台整合

挑戰

數據孤島 (Data Silos)

自 2019 年起併購各品牌機制獨立
導致資料庫分散，難以發揮綜效

整合引擎

2022 INTEGRATION

H2U SSO

單一登入機制

統一帳號體系，跨品牌無縫接軌

2023 INTEGRATION

H2U CDP

客戶資料平台

多維度資料媒合與深度串接

360 度數據歸戶

健康數據庫

健檢中心 / 診所 / 健康存摺 / IoT 設備

個人使用者

行為數據庫

跨平台網頁行為 / App 軌跡 / 互動足跡

AI 應用核心數據來源

關鍵技術 (二)：AI驅動的數據處理與洞察

健康輪廓描繪：新型處理流程

健康數據自我校準演算

以大數據與統計學排除主觀看法
自動進行跨來源數據校準
確保一致性與可信度

異源數據清洗整合

自主開發同義判定 (如AST/GOT)
與數值整合(如正負/陰陽) 流程
解決命名與單位差異

AI驅動的
數據處理

AI 疾病風險評估 (見下頁範例)

整合清洗數據，建立十數項評估模型：

- 脂肪肝
- 慢性腎臟病
- 心血管疾病
- 及其他十數項...

ULTIMATE OUTPUT

H2U pano
個人化健康風
險評估

持續優化模型訓練流程

AI 疾病風險評估 – 以脂肪肝為例

樣本數 RECORD COUNT

63,999 PPL

風險人數 RISK TOTAL

17,715 CASES

風險機率 PREVALENCE RATE

27.68 %

PHYSIOLOGICAL LOGIC

脂肪肝為代謝性警訊，受飲食與作息高度影響
透過 AI 模型精準量化風險等級，提供用戶更具
預見性的健康管理指南

GENDER RATIO

受檢者性別分佈



M: 男性 75.5%

F: 女性 24.5%

AGE & GENDER RISK PROFILE

不同性別各年齡層中高風險比例



RISK ANALYTICS

風險程度比例



低風險 72.3%

中風險 16%

高風險 11.7%

關鍵技術 (三)：AI賦能的個人化健康服務

AI 產品服務智慧推薦/搜索

核心架構：Knowledge Graph + LLM



個資隱私保護

通過資安認證(ISO27001/27701)

支援冷啟動

新產品/文章無需流量即可精準推薦

高度可控

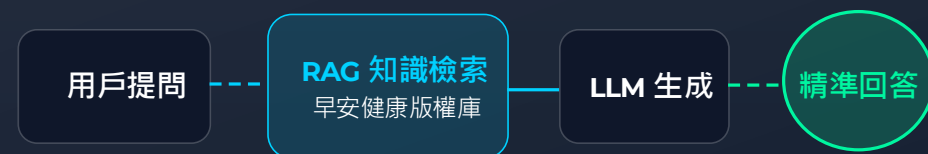
結果透明，支援人力介入調整權重

專家邏輯

理解成分、個人期許與健康因素關聯

AI Chatbot 智能健康助理

核心技術：LLM + RAG 框架



動態 RAG 流程控制：消滅 AI 幻覺 (Zero Hallucination)

權威內容

基於《早安健康》版權庫，降低 AI 幻覺

動態架構

資料驅動 RAG，媒體內容與商品即時更新

未來發展計畫

OE

從水平整合擴張模式轉向核心事業體的獲利聚焦

未來集中資源於高技術、高毛利、高數據價值業務，逐步退出非核心業務以優化資本配置效率並極大化股東價值

1

平台改採SaaS訂閱制與數據深化

- **商業模式轉型**：將原本一次性系統建置收入，轉型以月費或年度合約建立穩定現金流，預計第5年起訂閱制總營收貢獻將超越舊制
- **AI 應用落地**：開發並導入AI 智能健管師與慢性病管理模組至企業與診所，將健康理由事後分析推進至事前預警

2

建立健康聯播網並拓展新流量市場

- **建立健康聯播網**：整合線上線下健康媒體資源，建置單一入口的廣告投放平台進行精準受眾鎖定，降低對外部平台的依賴
- **拓展分眾市場**：因應寵物商機，成立早安毛健康，開拓高價值寵物數據與廣告市場

3

健康商品業務轉型

- **代操服務化**：削減自營商品的庫存風險，轉型為電商代操服務。利用數據流量優勢協助品牌客戶（如佳格食品）獲客，從賺取商品價差轉為賺取高毛利服務財

4

聚焦高成長區域，排除地緣政治風險

- **止損中港**：考量地緣政治與經濟下行，針對中國大陸及香港子公司啟動縮編或清算，阻斷虧損
- **拓展亞洲**：以台灣經驗為基礎，透過策略夥伴拓展日本、韓國及東南亞市場

公司治理及企業社會責任

Healthy life

Holistic insight

Universal service

公司治理及企業社會責任

落實永續經營與誠信治理，深化社會與環境責任

公司願景

運用數位與AI科技延長人類健康餘命，
將個人化健康方案規模化，成為
「全場景健康生活實踐家」。

董事會與委員會運作

本公司董事會已設置 9 席董事(含 4 席獨立董事)，並設置審計委員會及薪資報酬委員會，健全監督與經營體制。

利害關係人利益維護

網站設有利害關係人檢舉申訴管道，由專人負責回應利害關係人提出之各項問題，確保雙向溝通管道暢通。

Relations

社會公益

1. 訂定「誠信經營守則」，並向董事會呈報永續發展執行成果與未來計畫。
2. 優先聘用本國籍員工，深耕當地影響力，培育本國優秀人才。

環保永續

Green

1. 產品與服務之行銷及標示，均遵循相關法規與國際準則，保障消費者權益。
2. 訂定「永續資訊管理辦法」，完備永續資訊管理流程。



Thank you.